



百年山海 一味传承

山海关汽水的世纪振兴之路

在天津人的味觉记忆里,一瓶玻璃瓶橘子味的山海关汽水,是跨越百年的专属情怀。作为家喻户晓的中华老字号,这瓶沉淀了岁月的汽水,从清末舶来珍品到民国市场霸主,从国营国货标杆到新时代国潮名片,历经百年沉浮,在坚守品质与求新求变之间,走出了属于老字号的振兴之路。天津渤海轻工投资集团党委副书记、天津市山海关食品有限公司董事长程鹏,梳理出这家企业跨越一个多世纪的发展脉络。

津门起家 闯出北方汽水招牌

山海关汽水的百年传奇,始于1902年。当年在天津落地的万国汽水公司,是国内最早规模化生产汽水的企业,也是中国汽车工业的起点。工厂最初坐落于解放桥附近,生产用水取自山海关石河水库,依靠专用铁路运抵天津厂区,“山海关”这一品牌名号,也由此而来。

1903年,工厂曾短暂迁址山海关,正式定名山海关汽水股份有限公司。彼时汽水还是十分稀罕的舶来品,山海关汽水最先入驻起士林等高档西餐厅,成为当时社会上宴请宾客的高端饮品。企业拿下京奉铁路列车专属销售权,产品顺着铁路输送到京津沿线各地,销路全面打开,市场常年供不应求,在清末便筑牢了北方高端饮品的市场根基。

1927年,成为山海关发展进程里关键的转折点。这一年山海关与可口可乐达成合作,成为北方唯一授权瓶装生产厂。企业双线并行,既生产合作产品,也完整保留自有产品线,喜凤汽水、苏打水、蒸馏水实现同步量产,其中蒸馏水供应医院、药厂与化工行业,搭建起多元的营收渠道。

鼎盛阶段,天津本地绝大多数商铺都与山海关签订独家经销协议,产品向外远销北京、大同、开封等城市。不止于高端宴席,它更深深扎进市井烟火,相声大师张寿臣、马三立的传统相声里,都提及过山海关汽水,足以印证品牌已经融入普通百姓日常生活,坐稳北方饮料行业龙头位置。

自力更生 熬出经典橘子老味

新中国成立,山海关完成了从洋汽水向民族国货的重要蜕变。随着外资撤出,企业收归国有,成为全国第一家国营专业饮料厂。这是品牌发展的重要里程碑,国家倡导优先使用国产原料,工程师邵长富带领团队放弃进口香精,以天然鲜果作为研发原料,最



左图:程鹏(右二)带领山海关食品公司营销团队赴唐山市考察交流。

终选定橘子作为核心口味。

那个年代生产条件异常艰苦,厂房老旧简陋,没有自动化生产线,清洗、灌装全部依靠人工操作。没有冷链设备,鲜果只能应季压榨橘浆储存,果汁配比、含气量、灭菌标准,全都依靠工人手工反复调试,一批样品往往要测试几十次。匠人日夜驻守车间,一点点打磨调校,最终诞生了亚洲第一款果汁型含气汽水。1956年全国汽水行业评比,山海关一举拿下全国第一,流传至今的经典橘子风味就此定型。

复刻老味 告别多年重新归来

岁月流转,老字号陷入沉寂。2008年,在集团统筹部署之下,山海关正式启动品牌复兴。摆在团队面前的最大难关,就是复原刻在几代天津人记忆当中的老味道。时隔多年,完整的工艺档案、原料配方大多残缺,老一辈技术人员大多已经退休,市面上也找不到相匹配的鲜果原浆,一场“味觉考古”就此开启。

企业组建元老专家组,奔赴全国各大橘子产区,反复比对不同产地橘肉、橘茸的风味特质,最终选定浙江黄岩蜜桔,它皮薄多汁、果肉细腻无渣,

和原先使用的原料特质高度契合。选好原料只是第一步,研发人员一遍遍调整果汁含量、糖度、二氧化碳气压,力求还原老汽水特有的橘茸沉淀。没有现成参数可以参考,只能依托老人口述与残存老样品对比参照,前后组织数百场风味盲测,邀请老市民、老员工品鉴打分,直到绝大多数人认可这就是儿时的味道。

整整六年时间,团队打磨配方、改造生产线、重建整套品控标准。2014年8月,山海关汽水正式重返市场,市场反响远超预期。经典玻璃瓶装橘子汽水上市即热销,商超、餐饮上架便迅速售罄,不少市民专程赶往工厂采购。依靠消费者自发传播和本地媒体报道,热度持续走高。也正是这次回归,让企业确立方向:情怀是老字号的基础,但长久发展必须依靠品质与创新双向支撑。

推新破圈 老汽水闯出新天地

只依靠单一橘子汽水,很难走远。面对消费群体分层、消费场景不断拓展的市场现状,山海关确定“经典固本,新品拓圈”的策略。一方面守住经典橘子汽水的基本盘,另一方面面向年轻消费群体,开发荔枝、蜜桃、海盐西柚、玫瑰

香葡萄等全新口味;联动老字号达仁堂,打造陈皮山楂、藿香等药食同源的草本养生汽水;同时布局矿泉水、啤酒品类,打破大众心中“山海关只有橘子味”的固有印象,搭建起完整的产品矩阵,提升企业抗风险能力。

品牌同步推进全场景布局。天津五大道、古文化街、海河游船等文旅地标,都设置山海关专柜与主题售卖点位;深度绑定火锅、烧烤、连锁快餐等餐饮赛道;校园、社区便利店、自动贩卖机全面铺开。跨界领域同样多点开花,和达仁堂、王朝酒业开展合作,联动各类国潮文旅IP推出限定文创产品。线上搭建电商旗舰店、短视频直播渠道,推出专属天津罐,全国各地的消费者都可以线上购买,让老字号融入当代人的日常生活。

立足天津、辐射全国,是山海关清晰的市场规划。企业坚持扎根本土、稳步外拓,先筑牢天津本地市场,提升终端铺货率,让山海关成为天津城市名片;以京津冀作为向外拓展的起点,逐步培育周边区域消费市场;依托线上电商完成全国覆盖。同时挖掘天津本土地理标志农产品,以茶淀玫瑰香葡萄开发汽水产品,借助品牌渠道助力本土农产走向全国,履行国企助农的社会责任。

在程鹏看来,山海关的核心竞争力来源于四个维度:独一无二的百年工业历史沉淀,是其他新兴品牌无法复制的文化底色;鲜果原浆造就的味觉壁垒,形成消费者强烈的情感绑定;国企平台加持下现代化生产与严格品控体系,守住产品底线;守正创新的发展思路,兼顾老顾客情怀与新生代市场需求。

面向未来,山海关有着清晰的发展路径。坚守品质根基,升级供应链,推出低糖改良版本适配健康消费趋势;深耕果汁汽水赛道,拓展草本养生、低糖无糖新品,联动各地老字号与地理标志农产品打造爆款;持续做大线上全域运营,提升全国市场占有率,推动品牌从天津老字号向全国国民饮品迈进;依托国企平台,扛起老字号振兴的时代使命,让百年汽水持续焕发全新活力。

都市频道《财富+》播出时间:每周二、周三、周四20:15;经济广播《财富+》播出时间:每周六20:00。

理财漫谈

如何正确看待量化交易?

随着信息技术的飞速发展,一种名为“量化交易”的投资方式正日益受到资本市场的广泛关注。

量化交易之所以能在全球资本市场迅速发展,主要得益于以下几个特点:第一,纪律性强。量化交易严格按照预设的算法模型执行交易指令,不受投资者情绪波动的影响,能够有效克服人性中贪婪与恐惧的弱点。第二,效率高、速度快。计算机可以在毫秒甚至微秒级别完成从数据分析到交易执行的全过程。第三,覆盖面广。量化策略可以同时关注成百上千只股票,捕捉股票间的相关性和价格偏差,通过广泛的覆盖来分散风险。第四,科学性强。量化交易以大量历史数据为基础,通过统计分析和回测验证来

优化策略,提高了投资决策的科学性和系统性。

量化交易对资本市场的影响具有鲜明的两面性。从积极方面看,规范的量化交易有助于提升市场流动性和活跃度。量化策略(尤其是做市策略和统计套利)会频繁报价,使得大资金进出市场时更容易成交。同时,量化交易通过快速处理信息,能够促使资产价格更迅速地反映最新信息,有助于价格发现功能的发挥。有数据显示,截至2025年,量化交易已占A股成交量的约三成。从风险方面看,高频量化交易也可能带来一些挑战。比如,短时间内频繁申报和撤单可能影响市场正常交易秩序;技术优势可能导致一定程度的“信息不对称”;策略同质化还可能引发

市场共振风险。此外,算法一旦出现故障程序错误,可能造成大量连续错单,进而影响交易所交易系统安全。



本文作者:张鹏程

史蒂文斯理工学院金融工程硕士,近十年金融行业研究经验。首创证券天津投教基地高级讲师、首创证券天津津围堤道证券营业部投资顾问、资深财经频道讲师。